

Daten zur Rezeption und Bewertung

→ **Die Fußball-Weltmeisterschaft 2010 im Fernsehen**

Von *Heinz Gerhard**, *Bernhard Kessler**
und *Claudia Gscheidle***

Vor vier Jahren war das Interesse in der Bevölkerung an der Fußball-Weltmeisterschaft 2006 in vielerlei Hinsicht außergewöhnlich: Die Einschaltquoten der übertragenden Fernsehsender erreichten Spitzenwerte (1), das Bedürfnis, die Spiele in aller Öffentlichkeit auf Großbildleinwänden zusammen mit anderen zu verfolgen, nahm spürbar zu und der Unterstützung der deutschen Mannschaft im „Sommermärchen 2006“ wurde viel mehr Ausdruck verliehen als in den Jahren zuvor.

War das Zuschauerinteresse bei der Fußball-WM 2006 eine Ausnahme?

Sind die Beobachtungen von damals Teil einer kontinuierlichen Entwicklung, die mit den nachfolgenden Turnieren ihre Fortsetzung findet, oder muss der WM 2006 ein Ausnahmestatus attestiert werden, der vor allem mit der gastgebenden Rolle Deutschlands zusammenhängt? Was die Dekoration mit Nationalfarben angeht, schien – ohne über empirisch belastbare Daten zu verfügen – beim diesjährigen Turnier die Anteilnahme ähnlich ausgeprägt gewesen zu sein wie vor vier Jahren. Hinsichtlich des generellen Interesses und der Publikumsgrößen fällt die Antwort unterschiedlich aus. Zur Klärung wurden zwei Datenquellen herangezogen: erstens die gemessenen Akzeptanzzahlen der AGF/GfK Fernsehforschung, die Auskunft über die Fernsehnutzung in Privathaushalten geben; zweitens Ergebnisse mehrerer Umfragen des ZDF zur außerhäuslichen Nutzung der Fußballspiele, da bei Ereignissen dieser Größenordnung ein nicht zu vernachlässigender Teil des Publikums die Spiele außerhalb der eigenen vier Wände verfolgt. Darüber hinaus interessierte, wie die Zuschauer die Qualität der Berichterstattung bei den übertragenden Sendern beurteilten. Daher beauftragte die ARD/ZDF-Medienkommission zusätzlich eine Repräsentativbefragung zur Beurteilung der WM-Berichterstattung durch das Publikum.

WM-Berichterstattung: Angebot und Nutzung

Alle 64 Spiele live im Free-TV – 49 Spiele im Ersten und beim ZDF

Alle 64 Spiele der Fußball-Weltmeisterschaft 2010 waren live sowohl im frei empfangbaren Fernsehen, im Ersten, im ZDF oder bei RTL, als auch im Bezahlfernsehen bei Sky zu sehen. Im Einzelnen übertrugen Das Erste 25, das ZDF 24 und RTL neun Begegnungen. Die Digitalsender Einsfestival und ZDFinfo übertrugen je drei der zeitgleichen letzten Vorrundenspiele. (2) Insgesamt berichteten ARD, ZDF und RTL fast 214 Stunden über die Weltmeisterschaft in Südafrika. Zählt man die Über-

tragungen der öffentlich-rechtlichen Digitalsender Einsfestival und ZDFinfo hinzu, beträgt die gesamte Übertragungsdauer fast 228 Stunden. Dass Das Erste dabei den größten Anteil (101 Stunden 51 Minuten) stellt, liegt daran, dass es ein Spiel mehr als das ZDF und deutlich mehr als RTL übertragen hat. Zudem kam beim Ersten mit „Waldis WM-Club“ eine Sendungsform hinzu, die keine Entsprechung bei den anderen Sendern hatte. Das ZDF (80 Stunden 29 Minuten) übertrug im Vergleich zu 2006 ein Spiel weniger und hatte auch keine satirische Nachbetrachtung (wie noch 2006). Eine deutlich geringere Sendemenge aufgrund der geringeren Anzahl an Spielübertragungen hatte RTL (31 Stunden 27 Minuten) aufzuweisen.

Insgesamt sahen 61,88 Millionen Zuschauer mindestens ein Spiel der WM 2010 bei ARD, ZDF oder RTL (vgl. Tabelle 1). Das entspricht 85,7 Prozent des gesamten Publikumpotenzials und ist die höchste je durch eine Fußball-WM erzielte Nettoreichweite. Bei der WM 2006 in Deutschland hatten 61,48 Millionen (83,7%) Zuschauer mindestens ein Spiel gesehen. Bei den vorherigen Weltmeisterschaften in Südkorea/Japan 2002, Frankreich 1998 und USA 1994 war das Zuschauerpotenzial deutlich niedriger. Dies lag zum einen an den späten (USA 1994) bzw. frühen (Japan/Südkorea 2002) Anstoßzeiten, zum anderen aber auch am schwächeren Abschneiden der deutschen Nationalmannschaft (1994 und 1998 schied die deutsche Mannschaft jeweils im Viertelfinale aus).

Das grundsätzliche Interesse an der Fußball-WM hat also keinesfalls nachgelassen. Dies gilt besonders im Vergleich zum Jahr 2006, weil die Reichweitendaten beider Turniere sich gut vergleichen lassen. Schließlich liegt Südafrika in der identischen Zeitzone, und die deutsche Auswahl war bei beiden Weltmeisterschaften mit dem dritten Platz gleichermaßen erfolgreich.

Das Erste erzielte bei den Übertragungen der WM-Spiele in Südafrika mit 55,53 Millionen Zuschauern eine etwas höhere Nettoreichweite als das ZDF (54,45 Mio), was mit der höheren Zahl an Spielen mit Beteiligung der deutschen Mannschaft zusammenhängt (vgl. Tabelle 2). RTL erreichte dagegen mit den neun Abendspielen und 39,24 Millionen einen deutlich kleineren Zuschauerkreis als die beiden öffentlich-rechtlichen Programme – was in Anbetracht dessen, dass der Privatsender kein Spiel der deutschen Nationalmannschaft übertrug, wenig verwundert.

Im Durchschnitt haben 10,85 Millionen Zuschauer die Übertragungen der diesjährigen Fußball-Weltmeisterschaft im Ersten, im ZDF oder bei RTL verfolgt. Das entspricht einem Marktanteil von 48,2 Prozent. Dabei lagen die Sehbeteiligungswerte der Spiele im Ersten mit 10,89 Millionen und im ZDF mit 11,36 Millionen Zuschauern auf sehr hohem Niveau nur geringfügig auseinander (vgl. Tabelle 3). Gleiches gilt für die Marktanteile (ARD: 52,6%, ZDF: 51,3%). RTL erreichte mit seinen Live-Übertragungen 9,47 Millionen Zuschauer und einen Marktanteil von 33,2 Prozent. Dass der Marktanteil

WM-Zuschauerkreis 2010 so groß wie nie

WM-Live-Spiele: Im Schnitt 10,85 Millionen Zuschauer und 48,2% Marktanteil

* ZDF-Medienforschung, Mainz.

** Medienforschung Programmdirektion Das Erste, München.

① Reichweiten und Marktanteile aller Fußball-WM-Übertragungen seit 1994

Zuschauer ab 3 Jahren

Weltmeisterschaft	Zuschauer in Mio	Marktanteil in %	Nettoreichweite ¹⁾ in Mio	Nettoreichweite ¹⁾ in %
1994 USA	7,01	47,6	47,02	66,5
1998 Frankreich	10,14	47,6	55,26	77,4
2002 Südkorea/Japan	9,24	65,3	48,26	67,8
2006 Deutschland	12,06	52,8	61,48	83,7
2010 Südafrika	10,85	48,2	61,88	85,7

WM 2006 und 2010: ARD, ZDF, RTL, sonstige Jahre: ARD, ZDF.

1) In die Berechnung geht jeder Zuschauer nur einmal ein, Doppel- und Mehrfachkontakte werden nicht berücksichtigt.

Quelle: AGF/GfK; TV Scope, Fernsehpanel (D+EU), bis 2002 Fernsehpanel (D); Nettokumulation Methode p-Wert.

so viel niedriger ausfällt als bei den öffentlich-rechtlichen Hauptprogrammen hängt auch damit zusammen, dass RTL ausschließlich Spiele am Zuschauerstarken Hauptabend übertragen hat, an dem die Konkurrenz durch die anderen Sender deutlich größer war als am Nachmittag.

Auch 2010 wieder hoher Frauenteil bei WM-Spielen

Erwartungsgemäß üben WM-Spiele auf alle Altersklassen und die meisten Bevölkerungsgruppen eine große Attraktivität aus. So ist die Akzeptanz bei den jüngeren und älteren Generationen auf hohem Niveau nahezu ausgeglichen. In Zahlen ausgedrückt erreichten die Spiele bei 14- bis 49-Jährigen mit knapp 50,6 Prozent sogar einen etwas höheren Marktanteil als bei ab 50-Jährigen (46,3 %) (vgl. Tabelle 4). Ein immer wieder bei Fußball-Weltmeisterschaften im Fernsehen zu beobachtendes Muster bestätigte sich auch 2010: das hohe Interesse von weiblichen Zuschauern. Über alle Übertragungen hinweg betrachtet, machten Frauen 43 Prozent des Fußballpublikums aus. Bei den Spielen mit deutscher Beteiligung war das Geschlechterverhältnis sogar (fast) ausgeglichen: 51 Prozent Männer, 49 Prozent Frauen. Mit dem Fortschreiten des Turniers und der zwangsläufig steigenden Bedeutung der Spiele wurde auch der Anteil der weiblichen Zuschauer größer. Beim Halbfinale der deutschen Mannschaft saßen – wie bei der vorangegangenen Weltmeisterschaft – sogar wieder etwas mehr Frauen (51 %) als Männer vor dem Fernseher. Relativierend sei dennoch angemerkt, dass der Marktanteil der WM-Spiele bei den weiblichen Zuschauern mit 39,1 Prozent insgesamt deutlich niedriger ausfällt als bei den Männern (58,4 %). Während der Fußball-Übertragungen waren es also vor allem Frau-

② Nettoreichweiten aller Fußball-WM-Spiele 2010 pro Sender

Zuschauer ab 3 Jahren

	Nettoreichweite ¹⁾ in Mio	Nettoreichweite ¹⁾ in %
ARD	55,53	76,9
ZDF	54,45	75,4
RTL	39,24	54,3

1) In die Berechnung geht jeder Zuschauer nur einmal ein, Doppel- und Mehrfachkontakte werden nicht berücksichtigt.

Quelle: AGF/GfK; TV Scope, Fernsehpanel (D+EU); Nettokumulation Methode p-Wert.

en, die von den Programmalternativen der anderen Sender Gebrauch machten. Ähnliche Unterschiede waren zwischen Ost- und Westdeutschland zu beobachten: Mit einem durchschnittlichen Marktanteil von 40,9 Prozent fand die Fußball-WM in den neuen Bundesländern erneut weniger Aufmerksamkeit als in den westlichen Landesteilen (50,0 %).

Zu beachten ist, dass die Sehbeteiligungswerte – unabhängig von einzelnen Bevölkerungsgruppen – insgesamt niedriger ausfielen als vor vier Jahren. Die erwähnten 10,85 Millionen für 2010 entsprechen einem Rückgang von 1,2 Millionen Zuschauern pro Spiel. Ein Grund hierfür könnten die teilweise früheren Anstoßzeiten sein: Trotz der identischen Zeitzone in Südafrika wurden die Spiele aufgrund des dortigen Winters früher angepfiffen: Beispielsweise fanden die ersten Begegnungen bereits um 13.30 Uhr statt – vor vier Jahren erst um 15.00

Durchschnittliche Sehbeteiligung geringer als vor vier Jahren

③ Reichweiten und Marktanteile aller übertragenen Fußballspiele* im Ersten, im ZDF und bei RTL

Zuschauer ab 3 Jahren

	2006			2010		
	Zahl der Spiele	Zuschauer in Mio	Marktanteil in %	Zahl der Spiele	Zuschauer in Mio	Marktanteil in %
ARD	24	12,43	53,6	25	10,89	52,6
ZDF	24	12,35	54,4	24	11,36	51,3
RTL	8	10,07	45,3	9	9,47	33,2

* Berücksichtigt wurden nur die Live-Spiele, die in voller Länge ausgestrahlt wurden.

Quelle: AGF/GfK; TV Scope, Fernsehpanel (D+EU).

④ Markt- und Strukturanteile aller Fußball-WM-Spiele 2010 in verschiedenen Zuschauergruppen
ARD, ZDF und RTL, in %

	Marktanteil	Strukturanteil
Zuschauer ab 3 Jahren	48,2	100
West	50,0	83
Ost	40,9	17
Erw. ab 14 Jahren	48,2	100
Erw. 14–49 Jahre	50,6	45
Erw. ab 50 Jahren	46,3	55
Männer	58,4	57
Frauen	39,1	43

Quelle: AGF/GfK; TV Scope, Fernsehpanel (D+EU).

⑤ Reichweiten und Marktanteile WM 2010 Spiele nach Anstoßzeiten: ARD, ZDF und RTL

Zuschauer ab 3 Jahren

Spiele am...	2006		2010	
	Zuschauer in Mio	Marktanteil in %	Zuschauer in Mio	Marktanteil in %
frühen				
Nachmittag ¹⁾	7,09	49,5	6,41	46,1
späten				
Nachmittag ²⁾	11,76	57,1	8,60	53,6
Abend ³⁾	14,87	51,6	14,12	46,4

- 1) 2006: 15.00/16.00 Uhr; 2010: 13.00 Uhr.
- 2) 2006: 17.00/18.00 Uhr; 2010: 15.00 Uhr.
- 3) 2006: 20.00/21.00 Uhr; 2010: 20.30 Uhr.

Quelle: AGF/GfK; TV Scope, Fernsehpanel (D+EU).

⑥ Reichweiten und Marktanteile der Fußballspiele¹⁾ mit und ohne deutsche Beteiligung bei den Weltmeisterschaften 2002 bis 2010

Zuschauer ab 3 Jahren

	Zuschauer in Mio	Marktanteil in %
Spiele mit deutscher Beteiligung		
Weltmeisterschaft 2002 (7 Spiele)	18,08	82,4
Weltmeisterschaft 2006 (7 Spiele)	24,04	80,7
Weltmeisterschaft 2010 (7 Spiele)	26,58	81,7
Spiele ohne deutsche Beteiligung		
Weltmeisterschaft 2002 (19 Spiele)	6,54 ²⁾	54,6
Weltmeisterschaft 2006 (49 Spiele)	10,27	47,1
Weltmeisterschaft 2010 (51 Spiele)	8,78	41,4

WM 2006 und 2010: ARD, ZDF, RTL; WM 2002: ARD, ZDF.

- 1) Berücksichtigt wurden nur die Livespiele, die in voller Länge ausgestrahlt wurden.
- 2) Die vergleichsweise geringe Reichweite bei der Weltmeisterschaft in Japan und Südkorea (2002) lässt sich durch die sehr frühe Ausstrahlung aufgrund der Zeitverschiebung erklären.

Quelle: AGF/GfK; TV Scope, Fernsehpanel (D+EU).

Uhr. Dadurch war es auch bei einem derart großen Fernsehereignis wie der Fußball-Weltmeisterschaft insgesamt weniger Menschen möglich, einzuschalten, was sich zwangsläufig in niedrigeren Sehbeteiligungen niederschlägt (vgl. Tabelle 5). Allerdings muss beim Vergleich der beiden Turniere weiter differenziert werden, und zwar nach Spielen mit und ohne deutsche Beteiligung.

Wie auch bei den vorangegangenen Weltmeisterschaften hatten die Spiele der deutschen Nationalmannschaft den größten Zuschauerzuspruch. 26,58 Millionen Zuschauer verfolgten bei der WM 2010 im Schnitt die sieben Spiele der deutschen Mannschaft (vgl. Tabelle 6). Meistgesehenes Spiel der WM war das im Ersten übertragene Halbfinale Deutschland gegen Spanien. Mit 31,10 Millionen Zuschauern übertraf diese Begegnung auch den bisherigen Rekord seit Einführung der personenbezogenen Reichweitenmessung im Jahr 1975. Bisheriger Rekordhalter war die Halbfinalbegegnung Deutschland gegen Italien bei der WM 2006 mit 29,66 Millionen Zuschauern. Die Vorrundenbegegnung Deutschland gegen Ghana war mit 29,30 Millionen Zuschauern die Begegnung mit der zweithöchsten Zuschauerzahl der WM 2010 und ist gleichzeitig die meistgesehene Vorrundenbegegnung bei einer WM überhaupt (vgl. Tabelle 7). Darüber hinaus wurde auch der bisherige Marktanteilsrekord gebrochen: Die im ZDF übertragene Viertelfinalbegegnung Deutschland gegen Argentinien erreichte einen Marktanteil von 89,0 Prozent. Der bisherige Rekord – das Finale Deutschland gegen Brasilien bei der Fußball-WM 2002 – lag bei 88,2 Prozent. Beide Werte – die Sehbeteiligung von 31,10 Millionen Zuschauern und der Marktanteil von 89,0 Prozent – sind nicht nur die bisherigen Rekordwerte für Übertragungen bei einer Fußball-Weltmeisterschaft, sondern für Fernsehsendungen in Deutschland insgesamt.

Auch im Vergleich mit dem Turnier von vor vier Jahren fällt die Bilanz positiv aus: Die in diesem Jahr gemessenen 26,58 Millionen Zuschauer für die Spiele der deutschen Auswahl entsprechen einer Steigerung von rund 2,5 Millionen Zuschauern – damals wurden 24,04 Millionen ermittelt. Diese Entwicklung als Beleg für ein deutlich gestiegenes Interesse heranzuziehen, wäre allerdings voreilig. Denn nunmehr berücksichtigen die aktuellen Messdaten – im Unterschied zu 2006 – auch den zeitversetzten Fernsehkonsum und die Gästenutzung. Wenn man für die Zwecke eines validen Vergleichs bei den aktuellen Zahlen diese Parameter unberücksichtigt lässt, verbleibt zwar auch dann ein Zuschauerplus. Dieser fällt mit rund 400 000 Zuschauern aber geringer aus. Zusammenfassend kann hinsichtlich der Spiele der deutschen Mannschaft ein anhaltend hohes und zumindest leicht gestiegenes Zuschauerinteresse konstatiert werden.

Dagegen ist bei den Spielen ohne deutsche Beteiligung eine leicht rückläufige Entwicklung festzustellen. Durchschnittlich 8,78 Millionen Zuschauer verfolgten die Spiele ohne deutsche Beteiligung im Ersten, im ZDF und bei RTL (vgl. Tabelle 6). Das entspricht einem Marktanteil von 41,4 Prozent. Bei

Deutschland-Spiele: Rekord-Sehbeteiligung beim Halbfinalspiel gegen Spanien

Spiele ohne deutsche Beteiligung mit 8,78 Mio Zuschauern

⑦ Reichweiten und Marktanteile aller Spiele der Fußball-Weltmeisterschaft 2010 im Ersten, beim ZDF und bei RTL

Deutschland gesamt, Zuschauer ab 3 Jahren, Rangfolge nach Zuschauerzahlen in Mio

Platz	Sender	Begegnung	Datum	Beginn	Zuschauer in Mio	Marktanteil in %	Public Viewing*
1	ARD	Deutschland – Spanien	07.07.	20:28	31,10	83,0	15,57
2	ARD	Ghana – Deutschland	23.06.	20:28	29,30	79,6	12,63
3	ZDF	Deutschland – Australien	13.06.	20:30	28,03	74,4	12,05
4	ZDF	Argentinien – Deutschland	03.07.	16:00	26,01	89,0	15,12
5	ARD	Deutschland – England	27.06.	15:58	25,67	87,2	14,32
6	ZDF	Niederlande – Spanien	11.07.	20:30	25,03	71,2	10,32
7	ARD	Uruguay – Deutschland	10.07.	20:29	23,67	77,0	16,25
8	ZDF	Deutschland – Serbien	18.06.	13:30	22,11	84,8	10,90
9	ZDF	Uruguay – Niederlande	06.07.	20:30	19,53	58,3	8,18
10	ZDF	Brasilien – Nordkorea	15.06.	20:30	13,83	43,1	4,04
11	RTL	Italien – Paraguay	14.06.	20:30	13,41	42,4	3,53
12	ARD	Brasilien – Elfenbeinküste	20.06.	20:29	13,29	37,4	2,10
13	ZDF	Frankreich – Mexiko	17.06.	20:30	13,19	43,3	3,75
14	ZDF	Spanien – Portugal	29.06.	20:30	13,07	43,6	5,12
15	ARD	Uruguay – Ghana	02.07.	20:30	12,93	50,2	5,27
16	RTL	Argentinien – Mexiko	27.06.	20:30	12,84	41,1	2,50
17	ARD	England – USA	12.06.	20:29	12,53	42,6	4,26
18	ZDF	Griechenland – Argentinien	22.06.	20:30	12,12	39,1	1,84
19	RTL	Paraguay – Spanien	03.07.	20:30	11,91	46,1	6,19
20	ARD	Südafrika – Uruguay	16.06.	20:31	11,58	38,5	4,28
21	ZDF	Brasilien – Chile	28.06.	20:30	11,31	39,3	3,81
22	ARD	Niederlande – Brasilien	02.07.	15:58	10,79	62,4	6,46
23	RTL	Uruguay – Frankreich	11.06.	20:30	10,34	36,6	4,02
24	RTL	USA – Ghana	26.06.	20:30	10,06	41,2	4,34
25	RTL	Spanien – Honduras	21.06.	20:30	9,99	31,7	1,14
26	RTL	England – Algerien	18.06.	20:28	9,74	32,4	2,96
27	ARD	Kamerun – Dänemark	19.06.	20:29	8,72	30,8	1,80
28	ARD	Südafrika – Mexiko	11.06.	16:03	8,69	55,4	4,35
29	ARD	Italien – Neuseeland	20.06.	15:59	8,65	44,9	2,44
30	ZDF	Serbien – Ghana	13.06.	16:00	8,47	47,6	2,35
31	ZDF	Chile – Spanien	25.06.	20:30	8,11	30,6	2,19
32	ARD	Argentinien – Nigeria	12.06.	15:59	7,90	50,2	2,35
33	ZDF	Slowenien – USA	18.06.	16:00	7,45	46,8	2,83
34	ZDF	Dänemark – Japan	24.06.	20:30	7,35	25,8	2,47
35	ARD	Ghana – Australien	19.06.	15:59	6,92	33,3	3,27
36	ARD	Spanien – Schweiz	16.06.	15:58	6,62	48,7	3,62
37	ARD	Paraguay – Japan	29.06.	15:58	6,38	44,8	2,70
38	ARD	Niederlande – Slowakei	28.06.	15:58	6,25	46,9	3,72
39	ARD	Portugal – Brasilien	25.06.	15:59	6,20	46,5	3,88

(Fortsetzung nächste Seite)

der letzten WM schalteten noch durchschnittlich 10,27 Millionen Menschen bei einem Marktanteil von 47,1 Prozent ein.

Die Spannbreite der Zuschauerbeteiligung war bei der diesjährigen WM besonders groß. Die höchste Zuschauerzahl ohne deutsche Beteiligung hatte das Endspiel Niederlande gegen Spanien im ZDF mit 25,03 Millionen Zuschauern (71,2% Marktanteil). Die geringste Akzeptanz hatte die Vorrundenbegegnung Schweiz gegen Honduras bei RTL mit nur 2,44 Millionen Zuschauern (9,2% Marktanteil) (vgl. Tabelle 7). Der Grund hierfür liegt unter anderem darin, dass RTL an diesem und einem anderen Abend in direkter Konkurrenz mit zeitgleich ausgetragenen Spielen stand, die im ZDF zu sehen waren. Bei den bisherigen WM-Turnieren wurde stets das jeweils zweite zeitgleiche Spiel

nicht in einem Hauptprogramm, sondern bei Spartensendern übertragen. So verwundert es nicht, dass im Vergleich zu den hohen Zuschauerzahlen und Marktanteilen bei den Begegnungen in den drei großen Hauptprogrammen die Nutzung der zeitgleichen letzten Vorrundenspiele bei den öffentlich-rechtlichen Digitalsendern Einsfestival und ZDFinfo verhalten blieb. Da sie immer gegen ein parallel laufendes attraktiveres Spiel in einem Hauptprogramm liefen, erreichten sie Zuschauerzahlen zwischen 0,01 Millionen und 0,10 Millionen bei Marktanteilshöchstwerten von 0,4 Prozent.

⑦ Reichweiten und Marktanteile aller Spiele der Fußball-Weltmeisterschaft 2010 im Ersten, beim ZDF und bei RTL (Fortsetzung)

Deutschland gesamt, Zuschauer ab 3 Jahren, Rangfolge nach Zuschauerzahlen in Mio

Platz	Sender	Begegnung	Datum	Beginn	Zuschauer in Mio	Marktanteil in %	Public Viewing*
40	ZDF	Frankreich – Südafrika	22.06.	16:01	6,19	46,4	2,36
41	ARD	Slowenien – England	23.06.	15:57	5,99	47,7	1,25
42	ZDF	Elfenbeinküste – Portugal	15.06.	16:01	5,92	44,8	2,61
43	ZDF	Chile – Schweiz	21.06.	16:00	5,90	43,3	1,11
44	ZDF	Algerien – Slowenien	13.06.	13:30	5,80	38,6	1,70
45	ZDF	Griechenland – Nigeria	17.06.	16:01	5,78	45,1	1,70
46	ARD	Slowakei – Paraguay	20.06.	13:28	5,78	36,2	1,73
47	ZDF	Uruguay – Südkorea	26.06.	16:00	5,77	47,9	2,24
48	ZDF	Slowakei – Italien	24.06.	16:00	5,77	47,3	1,92
49	ARD	Südkorea – Griechenland	12.06.	13:27	5,51	45,7	2,24
50	ARD	Japan – Kamerun	14.06.	15:59	5,38	40,9	2,12
51	ARD	Niederlande – Japan	19.06.	13:28	5,34	33,4	2,94
52	ARD	Niederlande – Dänemark	14.06.	13:28	4,86	43,9	2,81
53	ZDF	Argentinien – Südkorea	17.06.	13:30	4,19	38,4	2,45
54	RTL	Kamerun – Niederlande	24.06.	20:30	4,04	14,1	2,23
55	ZDF	Portugal – Nordkorea	21.06.	13:30	3,84	33,8	2,06
56	ARD	Honduras – Chile	16.06.	13:31	3,59	35,3	1,69
57	ZDF	Neuseeland – Slowakei	15.06.	13:30	3,24	31,2	1,90
58	RTL	Schweiz – Honduras	25.06.	20:30	2,44	9,2	1,41

* Außer-Haus-Nutzung von Live-Übertragungen der Spiele der Fußball-WM 2010, sieben Wellen, repräsentativ ausgewählte Personen ab 14 Jahren, Anzahl Befragte: 1 000-1 011; durchführendes Institut: mindline media.
 Die telemetrischen Zahlen aus dem AGF/GfK-Panel und aus der Zusatzbefragung zu Public Viewing sind nebeneinander zu betrachten und können nicht ohne weiteres addiert werden, denn: 1. Die Außer-Haus-Nutzung fließt inzwischen zum Teil in die Messung der AGF/GfK-Zahlen mit ein, so dass es bei den AGF/GfK-Zahlen und den Ergebnissen der Befragung zu einer Überlappung kommt. 2. Bei der im AGF/GfK-Panel gemessenen Zahl handelt es sich um einen längengewichteten Durchschnittswert der Sehbeteiligung, während das Ergebnis der Befragung eine Kontaktzahl darstellt. 3. Die AGF/GfK-Zahlen beziehen sich ausschließlich auf Das Erste, das ZDF oder RTL, während Public-Viewing-Nutzer die Spiele sowohl im Ersten, im ZDF oder bei RTL, aber auch bei Sky gesehen haben können.

Quelle: Telemetrische Daten: AGF/GfK; TV Scope, Fernsehpanel (D+EU); Umfragedaten: ZDF-Medienforschung.

Unabhängig von den erwähnten Sonderaspekten, wie zeitversetzte Nutzung, frühere Anstoßzeiten und Parallelaustrahlungen, bleibt aber der generelle Befund erhalten: Das Interesse an den Spielen ohne deutsche Beteiligung hat etwas nachgelassen – allerdings nur im Vergleich mit 2006. Nimmt man hingegen die Sehbeteiligungswerte der Turniere vor 2006 zum Maßstab, sind keine größeren Verschiebungen zu erkennen. Es sind also vornehmlich die Werte des Jahres 2006, die als atypisch eingestuft werden müssen und den Ausnahmeharakter des damaligen Turniers prägen.

Fernsehnutzung außer Haus während der Fußball-WM

In der Regel deckt die kontinuierliche AGF/GfK Fernsehforschung die gesamte Fernsehnutzung in Deutschland vollständig ab, denn fast die gesamte Fernsehnutzung findet zu Hause in den eigenen vier Wänden statt, also dort, wo die AGF/GfK-Reichweitenmessung greift. Seit Juli letzten Jahres gehen in die Daten der kontinuierlichen Fernsehforschung zusätzlich auch die Nutzung durch Gäste und die zeitversetzte Nutzung mit ein. Bei Fußball-Welt- und Europameisterschaften jedoch vervielfältigen sich die Nutzungsorte: Nicht nur zu Hause, auch in Gaststätten werden die Spiele gesehen; und spätestens seit der WM 2006 schauen viele Zuschauer die Spiele auf Großbildleinwänden bei öf-

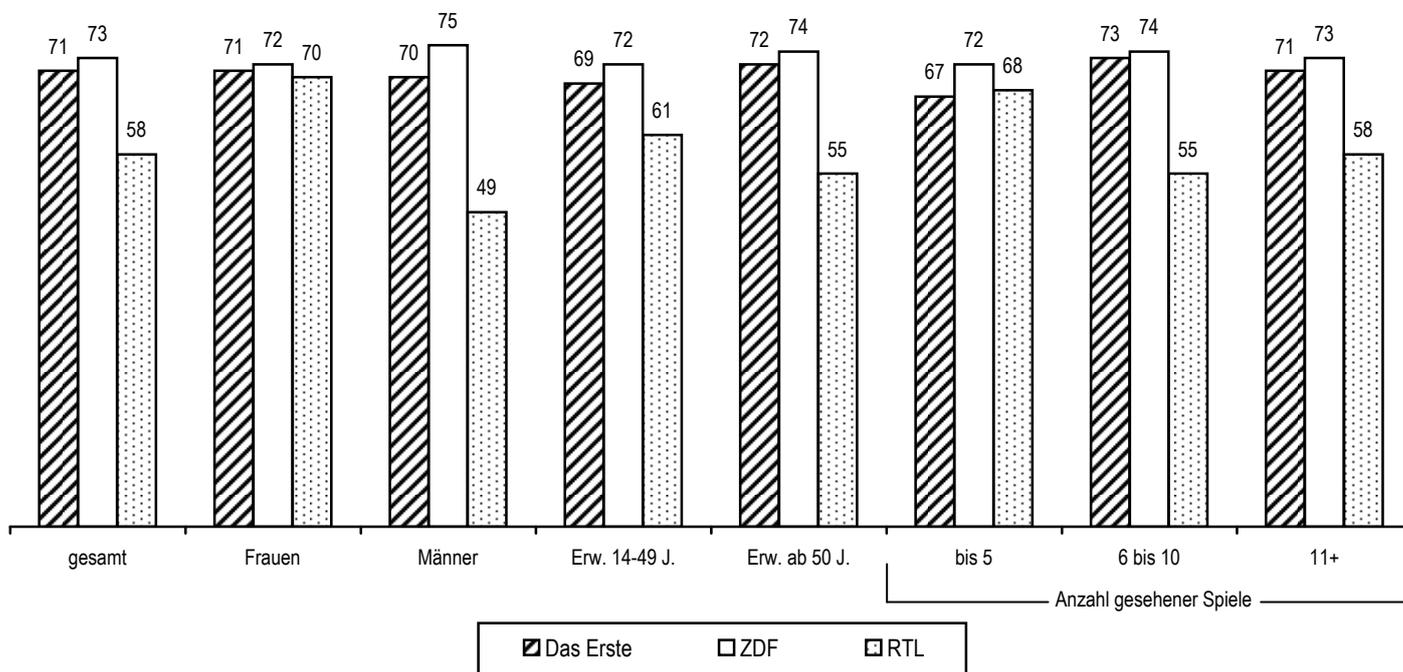
fentlichen Veranstaltungen an. Und es kommen noch diejenigen hinzu, die die Spiele – aufgrund der früheren Anstoßzeiten – am Arbeitsplatz anschauen. Diese Sondersituation veranlasste die ZDF-Medienforschung, in insgesamt sieben Befragungswellen die zusätzliche Außer-Haus-Nutzung zu ermitteln. Diese repräsentativen Umfragen bei jeweils 1000 Befragten ab 14 Jahren führte das Marktforschungsinstitut Mindline Media (Hamburg/Berlin) durch.

Im Ergebnis kann festgehalten werden, dass das außerhäusliche Publikum keine abweichenden Präferenzen aufwies. Auch in der Öffentlichkeit wurden die Spiele der deutschen Mannschaft am häufigsten verfolgt. Insgesamt reichen die Werte bei Deutschland-Spielen von 10,90 Millionen Nennungen bei der Partie Deutschland gegen Serbien bis zu 16,25 Millionen beim Spiel um Platz 3 Deutschland gegen Uruguay (vgl. Tabelle 7). Beim Halbfinale Deutschland gegen Spanien wurde mit 15,57 Millionen außerhäuslichen Zuschauern der zweithöchste Wert erzielt. Bei Spielen ohne deutsche Beteiligung sind es – genau wie bei den gemessenen AGF/GfK-Daten – das Finale Niederlande gegen Spanien (10,32 Millionen) sowie das Halbfinale Uruguay gegen Niederlande (8,18 Millionen), die mit Abstand von den meisten Menschen beim Public Viewing verfolgt wurden.

Die größte Rolle beim Public Viewing spielt das Sehen bei Freunden, Verwandten oder Nachbarn, gefolgt von Kneipen, Gaststätten, Hotels, Bars, Cafés.

Repräsentative Umfragen ermittelten Außer-Haus-Nutzung

Auch beim Public Viewing wurden Spiele der deutschen Mannschaft bevorzugt

Abb. 1 Pauschalbewertung der Senderleistung bei der Fußball-WM 2010*"Wie hat Ihnen die Berichterstattung der Sender gefallen?"**Basis: Personen, die mindestens ein Spiel bei dem Sender gesehen haben**Zusammengefasste Werte für die Noten "sehr gut" und "gut" in %*

Quelle: ARD/ZDF-Umfrage zur Fußball-WM.

Das eigentliche „Public Viewing“ (Sehen auf einer Großbildleinwand bei öffentlichen Veranstaltungen) spielte vor allem bei Deutschland-Spielen eine große Rolle. Je nach Tageszeit der Übertragung variierte auch die Zahl derer, die die Spiele am Arbeitsplatz sahen. Insgesamt war die Teilnahme am Public Viewing am Nachmittag allerdings deutlich geringer als am Abend.

Eine simple Addition der beiden Datenquellen verbietet sich jedoch: Während die gemessenen AGF/GfK-Werte längengewichteten durchschnittlichen Sehbeteiligungen entsprechen, repräsentieren die per Umfrage ermittelten Public-Viewing-Werte bloße Kontakt- bzw. Bruttozahlen. Nichtsdestoweniger kann man davon ausgehen, dass die meistgesehenen Spiele der deutschen Mannschaft bei der WM 2010 letztlich ein Publikum von deutlich über 40 Millionen Zuschauern aufwiesen.

Bewertung der Sendungen zur Fußball-WM 2010

Neben der reinen Akzeptanz der Sendungen und Übertragungen ist bei einem Ereignis wie der Fußball-Weltmeisterschaft auch die Beurteilung durch die Zuschauer von Bedeutung. Dieses Urteil wurde in der letzten Woche der Fußball-Weltmeisterschaft im Auftrag der ARD/ZDF-Medienkommission mit Hilfe einer telefonischen Repräsentativbefragung bei 1 000 Personen durch das Marktforschungsinstitut IFAK (Tausnusstein) erhoben.

Dabei zeigten sich die Befragten mit der Berichterstattung der Fernsehsender sehr zufrieden. Insbesondere die Leistungen der beiden öffentlich-rechtlichen Sender wurden vom Publikum sehr positiv

bewertet. 71 Prozent bzw. 73 Prozent der Befragten bewerteten die Programmleistung von ARD und ZDF mit den Noten „sehr gut“ oder „gut“ (vgl. Abbildung 1). Etwas zurückhaltender äußerte sich das WM-Publikum über die Programmanstrengungen von RTL: Diese wurden von 58 Prozent mit den beiden Bestnoten bewertet.

Auffallend ist, dass die Urteile über die Berichterstattung von ARD und ZDF durch alle Zuschauergruppen hinweg positiv ausfallen, während sie über RTL in den verschiedenen Publikumssegmenten durchaus sehr unterschiedlich sind. Besonders Männer und Ältere beurteilten die Übertragungen auf RTL eher kritisch. Liegt die Differenz im Urteil von Männern und Frauen bei den öffentlich-rechtlichen Sendern bei 3 Prozentpunkten, sind es beim Privatsender 21 Prozentpunkte, die die Geschlechter in ihrem Votum voneinander trennen. Ähnliches ist auch bei jüngeren und älteren Befragten zu beobachten: Das Urteil über die Leistung von ARD und ZDF ist auch hier ausgeglichener als das über die Leistung von RTL. Wer jedoch nur wenige WM-Spiele verfolgte, machte zwischen den Sendern kaum einen Unterschied aus.

Kompetenz, Professionalität und gute Spielanalysen attestieren die Zuschauer in hohem Maße vor allem den öffentlich-rechtlichen Sendern. Besonders schätzt das Publikum die gute und professionelle Machart der Sendungen (ARD: 96%, ZDF: 95%, RTL: 90%) sowie das Gefühl, beim übertra-

Die Übertragungen von ARD und ZDF gelten beim Publikum als gut und professionell

Qualität der WM-Berichte bei ARD und ZDF besser bewertet als bei RTL

8 Bewertung der WM-Berichterstattung durch die Zuschauer

„Sagen Sie mir zu jeder Aussage, inwieweit Sie ihr zustimmen“

Zusammengefasste Werte für „voll und ganz“ und „weitgehend“, in %

	Das Erste	ZDF	RTL
Die Übertragungen sind gut und professionell gemacht	96	95	90
Hier werde ich umfassend über die Weltmeisterschaft informiert	92	94	84
Die Reporter im Stadion verstehen was von der Sache	93	92	87
Die Spielanalysen sind aufschlussreich	91	92	84
Hier sind die grafischen Spielanalysen sehr anschaulich	89	88	83
Die Aufmachung der Sendungen gefällt mir gut	90	92	80
Die Sendungen werden sympathisch moderiert	86	91	89
Die Atmosphäre im Studio und bei den Analysen ist locker und unterhaltsam	83	89	88
Hier kann man die WM-Stimmung hautnah miterleben	83	85	80
Hier habe ich auch viel über das Leben in Südafrika erfahren	59	62	41
Es wird mir zu viel geredet	44	44	48
Hier gibt es zeitweise mehr Show als Fußball	29	26	48

Basis: mindestens ein Spiel bei dem Sender gesehen.

Quelle: ARD/ZDF-Umfrage zur Fußball-WM.

genden Sender umfassend über die WM informiert zu werden (ARD: 92 %, ZDF: 94 %, RTL: 84 %) (vgl. Tabelle 8). Auch die Reporterleistungen wurden von den Befragten ausgesprochen positiv bewertet: 93 Prozent der ARD-Zuschauer fanden, dass „die Reporter im Stadion was von der Sache verstehen“. 92 Prozent votierten entsprechend beim ZDF und 87 Prozent bei RTL. Dass die Spielanalysen der Moderatoren und Experten in den Halbzeitpausen und im Anschluss an die Übertragungen aufschlussreich waren, bescheinigten die Befragten dem ZDF zu 92 Prozent und dem Ersten zu 91 Prozent, bei RTL waren 84 Prozent dieser Auffassung. Und auch die grafische Aufbereitung der Spielanalysen fanden die WM-Zuschauer im Ersten (89 %) und im ZDF (88 %) etwas anschaulicher als bei RTL (83 %).

Aber es waren nicht nur Faktoren wie Kompetenz und Professionalität, die zu der sehr guten Gesamtbewertung der WM-Berichterstattung beigetragen haben. Auch die so genannten weichen Faktoren wie Sympathie, Gefallen und Unterhaltsamkeit spielten bei der Beurteilung eine wichtige Rolle. So war eine deutliche Mehrheit der Befragten der Meinung, die Sendungen seien sympathisch moderiert gewesen (ARD: 86 %, ZDF: 91 %, RTL: 89 %) und bescheinigten den Sendern eine lockere und unterhaltsame Atmosphäre im Studio (ARD: 85 %, ZDF: 89 %, RTL: 88 %). Die „Aufmachung der Sendungen“ gefiel den Zuschauern bei den öffentlich-rechtlichen Sendern etwas besser als bei RTL (ARD: 90 %, ZDF: 92 %, RTL: 80 %). Und ähnlich wie bei der WM 2006 im eigenen Land ist es den Sendern auch diesmal gelungen, die WM-Stimmung direkt von den Stadien in die heimischen Wohnzimmer zu holen: 85 Prozent des ZDF-Publikums bestätigten die Aussage „hier kann man die WM-Stimmung hautnah miterleben“, für das Erste stimmten 83 Prozent der Befragten dieser Aussage zu und bei RTL waren 80 Prozent dieser Meinung.

Neben all den positiven Urteilen wurde auch Kritisches angemerkt – wenn auch in einem deutlich geringeren Umfang: Hauptkritikpunkt, der ARD, ZDF und RTL gleichermaßen trifft, ist der Eindruck der Zuschauer, dass insgesamt „zuviel geredet“ wurde: Dies bescheinigten jeweils 44 Prozent der Befragten den öffentlich-rechtlichen Sendern, bei RTL waren es 48 Prozent. Anders verhält es sich mit der Aussage „hier gibt es zeitweise mehr Show als Fußball“: Dies attestierten die Zuschauer vor allem dem Privatsender (RTL: 48 %, ARD: 29 %, ZDF: 26 %).

Trotz der kritischen Töne fällt das Publikumsurteil insgesamt sehr wohlwollend aus. Die Programmmangebote vor allem der beiden öffentlich-rechtlichen Sender werden von einer großen Mehrheit als sehr gut bewertet. Die Wertschätzung der Berichterstattung schlägt sich auch in einer weiteren Aussage nieder: Die Zuschauer votieren in großer Geschlossenheit dafür, auch künftig große Sportereignisse im öffentlich-rechtlichen Fernsehen verfolgen zu können. 94 Prozent der Befragten sprechen sich für zukünftige Übertragungen im Ersten und im ZDF aus, nur 4 Prozent meinen, dies solle den Privatsendern überlassen bleiben (vgl. Abbildung 2).

Fazit

Die Übertragung der Fußball-WM war wie in den Jahren zuvor ein herausragendes Fernsehereignis. Sowohl vor den Fernsehgeräten zu Hause als auch beim Public Viewing war ein hohes Publikumsinteresse zu registrieren. Bei zwei Spielen der deutschen Mannschaft wurden die bisherigen Höchstwerte bei der Sehbeteiligung und beim Marktanteil für WM-Spiele und für Fernsehsendungen insgesamt übertroffen. Bei den Akzeptanzwerten zeigen sich allerdings einige Differenzierungen. Die Spiele der deutschen Mannschaft erreichten eine nochmals höhere Sehbeteiligung als bei der WM 2006 in Deutschland. Die Spiele der anderen Mannschaf-

Große Mehrheit befürwortet zukünftige Sportübertragungen bei ARD und ZDF

Fußball-WM war ein herausragendes Fernsehereignis

ten zeigten dagegen eine leicht geringere Sehbeteiligung. Insgesamt ist die durchschnittliche Sehbeteiligung über alle Spiele hinweg gegenüber der WM 2006 leicht zurückgegangen. Das heißt: Das Zuschauerinteresse verlagerte sich mehr zu den Spielen der deutschen Mannschaft. Insofern zeigt sich auf der einen Seite eine hohe Kontinuität des Zuschauerinteresses, auf der anderen Seite aber auch die Tatsache, dass die WM 2006 ein besonderes Ereignis war.

Zuschauer beurteilen WM-Berichterstattung positiv

Seit der WM 2006 scheint sich das Public Viewing bei Fußball-Weltmeisterschaften zu einer kontinuierlichen Nutzungsform zu entwickeln. Auch 2010 sahen viele Millionen Fußballfans die Spiele in der Öffentlichkeit oder bei Freunden und Bekannten. Offensichtlich waren die Zuschauer mit den Übertragungen auch durchweg zufrieden. Die Beurteilungen der WM-Übertragungen von ARD und ZDF fielen fast durchweg sehr positiv aus, etwas verhaltener bei RTL. Im direkten Vergleich der öffentlich-rechtlichen mit den privaten Sendern möchte die große Mehrheit der Zuschauer in Zukunft große Sportevents wie die Fußball-WM weiterhin bei der ARD und im ZDF sehen.

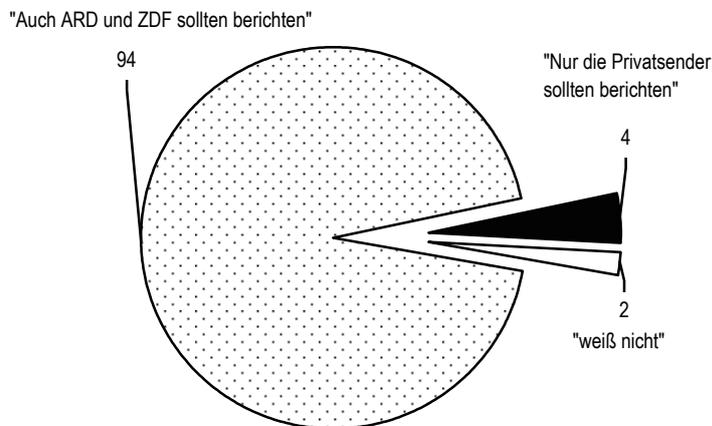
Anmerkungen:

- 1) Vgl. Geese, Stefan/Claudia Zeughardt/Heinz Gerhard: Die Fußball-Weltmeisterschaft 2006 im Fernsehen. Daten zur Rezeption und Bewertung. In: Media Perspektiven 9/2006, S. 454-464.
- 2) Die beiden anderen zeitgleichen Begegnungen zweier Vorrundengruppen waren im ZDF und bei RTL zu sehen.

Abb. 2 Kompetenz für künftige Übertragungen

"Fänden Sie es gut, wenn ARD und ZDF auch in Zukunft von der Fußball-WM berichten oder sollte diese Aufgabe lieber ganz den Privatsendern überlassen werden?"

Basis: Befragte, die mindestens ein Spiel gesehen haben, Angaben in %



Quelle: ARD/ZDF-Umfrage zur Fußball-WM.

